

Butlletí de Prevenció d'Errors de Medicació de Catalunya

Vol. 21, núm. 2 · abril – junio 2023



Butlletí de
Prevenció d'Errors
de Medicació
de Catalunya

- Marcas de gama. Un problema de apantallamiento.
- Caso Clínico. Red de Farmacias Centinela de Cataluña.

Marcas de gama. Un problema de apantallamiento

Guillermo Bagaría. Vocal de Oficina de Farmacia del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Barcelona.

Introducción

En el ámbito de la farmacia comunitaria existen dos tipos de medicamentos, aquellos que requieren receta médica para su dispensación y aquellos que son de indicación farmacéutica y no están sujetos a prescripción médica. La normativa permite hacer publicidad de estos últimos y los laboratorios farmacéuticos desarrollan campañas de merchandising con el objetivo de adquirir reconocimiento, notoriedad e imagen con el fin de incrementar las ventas de este tipo de medicamentos.

Los costes derivados de la publicidad constituyen una de las partidas más importantes de las empresas ya que una marca reconocida por la sociedad, una vez posicionada, tiene un gran valor comercial. Para la reducción de estos costes y la mejora de la rentabilidad, las empresas aprovechan la fuerza de una marca ya conocida para asociar nuevos productos bajo la misma denominación hecho que asegura el reconocimiento y la aceptación del nuevo producto en el consumidor.^{1,2} Algunos ejemplos cotidianos son la Coca Cola, Nestlé o Procter & Gamble, que desarrollan extensiones de marca dentro de una marca conocida.

Esta estrategia, común en los productos de consumo, se extiende también al ámbito farmacéutico y, por lo tanto, se pueden generar **errores de medicación (EM) derivados de la confusión en la descripción de los medicamentos**. Por todo ello, el objetivo de este boletín se centra en el análisis de la situación actual con respecto a las **marcas de gama**, en su problemática y en las estrategias de prevención de los EM que derivan de ello.

De acuerdo con el Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios, la asignación del nombre de un medicamento tiene que estar

autorizada por la Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitario (AEMPS), que establece que este tiene que permitir ser identificado correctamente y tiene que evitar cualquier tipo de error sobre su composición o sus propiedades terapéuticas o confusión con otros medicamentos, productos sanitarios, cosméticos o alimentos.³ El nombre de un medicamento, pues, tiene que ser único, tiene que incluir la dosis del medicamento, su forma farmacéutica y, si procede, la sigla EFG (especialidad farmacéutica genérica). Se admite igualmente, el uso de calificativos que añadan información sobre las características del medicamento o que aporten alguna diferencia que ayude a identificar y seleccionar el medicamento y así minimizar el riesgo de errores.

El nombre de un medicamento tiene la estructura siguiente:

*Denominación + dosis + calificativos (opcional)
+ forma farmacéutica + sigla EFG (si procede)*

La AEMPS admite el uso de las denominadas “marcas de gama”,⁴ que se definen como el nombre compartido por un grupo de medicamentos no sujetos a prescripción médica que pueden diferir en su composición en principios activos, sus dosis, su forma farmacéutica o sus indicaciones terapéuticas, y que requieren un calificativo (que defina su acción terapéutica, el principio activo o su composición) o un sufijo para su diferenciación e identificación por parte del paciente.

Las marcas de gama pueden ser de tres tipos:

1. Marca de gama vacía. Comparte un nombre común de fantasía para toda la gama. Las diferentes marcas de gama difieren en su composición y los medicamentos de la gama se distinguen mediante un calificativo. En la tabla 1 se pueden ver unos ejemplos.

Tabla 1. Ejemplos de medicamentos que constituyen una marca de gama vacía

Nombre común de fantasía	Calificativo	Composición
Iniston	Antitusígeno	Dextrometorfano
Iniston	Mucolítico	Acetilcisteína
Iniston	Antitusígeno y descongestivo	Dextrometorfano + pseudoefedrina
Iniston	Expectorante	Guaifenesina

2. Marca de gama con contenido. El nombre de fantasía está asociado a una composición determinada de principios activos y el resto de medicamentos de la gama mantienen esta composición común a todos ellos, pero añaden algún otro principio activo que los diferencia del resto. Esta composición cualitativa diferente en principios activos queda también plasmada añadiendo un calificativo. En la tabla 2 se pueden ver unos ejemplos.

Tabla 2. Ejemplos de medicamentos que constituyen una marca de gama con contenido

Nombre común de fantasía	Calificativo	Composición
Couldina	Complex	Clorfenamina + Fenilefrina + AAS
Couldina	Ibuprofeno	Clorfenamina + Fenilefrina + Ibuprofeno
Couldina	Paracetamol	Clorfenamina + Fenilefrina + Paracetamol

3. Marca de gama de raíz. Comparte una raíz común no relacionada con ninguna composición y se añaden prefijos o sufijos para diferenciar la acción o indicación de los diferentes medicamentos de la gama. En la tabla 3 se pueden ver unos ejemplos.

Tabla 3. Ejemplos de medicamentos que constituyen una marca de gama de raíz

Nombre común de fantasía	Calificativo	Composición
Cinfatós	-	Dextrometorfano
Cinfamucol	-	Acetilcisteína
Cinfamar	-	Dimenhidrinato
Cinfagriip	-	Clorfenamina + Fenilefrina + Paracetamol

Esta clasificación evita que existan dos medicamentos con el mismo nombre y diferente composición con respecto a principios activos.

Situación de los medicamentos no sujetos a prescripción médica

El responsable de la autorización de la puesta en el mercado de un medicamento no sujeto a prescripción médica es la AEMPS. La comercialización de estos

medicamentos va vinculada a una denominación y a la asignación de un código nacional único para cada medicamento, que permite su identificación inequívoca; y todos los medicamentos, productos sanitarios, efectos y accesorios financiados se listan en el nomenclátor del Ministerio de Sanidad. El Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF) es el organismo responsable de la asignación de los códigos nacionales para productos de parafarmacia. Su base de datos se denomina “**BOTPLUS**”. Esta recoge el nomenclátor del Ministerio y los productos de parafarmacia.

Actualmente existen 1.784 medicamentos de los cuales se puede hacer publicidad listados en la base de datos BOTPLUS del CGCOF, que son de indicación farmacéutica, es decir, no requieren receta médica para su dispensación. La tabla 4 muestra el análisis de la base de datos para la detección de los diferentes usos de marcas de gama para llegar a las distribuciones correspondientes.

Tabla 1. Tipo de marcas de gama en el nomenclátor

<p>De los 1.784 medicamentos de los cuales se puede hacer publicidad, 630 forman parte de una marca de gama (35%). De estos 630 medicamentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El 30% son de gama vacía. ✓ El 25% son de gama con contenido. ✓ El 45% son de gama de raíz.

A continuación, encontramos un caso clínico real de error de medicación en relación con las marcas de gama, recibido a través de la Red de Centinela de Cataluña.

CASO CLÍNICO

El 12 de mayo de 2022 una oficina de farmacia de la Red de Farmacias Centinela de Cataluña notificó un EM de gravedad B (error producido y detectado antes de llegar al paciente) causado por una duplicidad terapéutica. El paciente que acude a la farmacia pide Frenadol® complex sobres y Cinfatós comprimidos. En el momento de la dispensación el farmacéutico detecta que los dos medicamentos contienen dextrometorfano como principio activo y explica al paciente que no se los pueden tomar a la vez. De esta manera, evita que el EM llegue al paciente.

■ Análisis de riesgos

El riesgo principal en las marcas de gama recae en la posibilidad de que se produzca una confusión entre los nombres de los medicamentos. Esta confusión no es tan probable que se produzca si el nombre del medicamento resulta lo bastante diferenciado del resto de medicamentos de la marca de gama, pero existe la posibilidad de que el nombre de la marca tenga suficiente relevancia como para apantallar el calificativo que distingue el medicamento y se produzca un error en la prescripción, dispensación o selección del medicamento. La tabla 5 muestra el ejemplo de Cinfatós, un jarabe para la tos de los laboratorios CINFA que tiene diferentes presentaciones dentro de su marca de gama con contenido.

Tabla 5. Cinfatós, el jarabe de los laboratorios CINFA para la tos

Nombre del medicamento	Calificativo	Composición
Cinfatós		Dextrometorfano
Cinfatós	Complex	Dextrometorfano + Paracetamol + Pseudoefedrina
Cinfatós	Descongestivo	Dextrometorfano + Paracetamol + Triprolidina
Cinfatós	Expectorante	Dextrometorfano + Guaifenesina
Cinfatós	Noche	Dextrometorfano + Difenhidramina

En este ejemplo se puede observar que dentro de una marca de gama con contenido tenemos diferentes presentaciones y, en este caso, el calificativo que forma parte del nombre del medicamento ayuda a identificar la indicación. En el momento de la dispensación, es fundamental que se especifique o se pida concreción del calificativo cuando el paciente solicita la medicación para garantizar que se identifica correctamente el medicamento.

Es fácil que la solicitud del medicamento quede supeditada al nombre comercial, sin que el paciente especifique el resto de la información de tal forma que para identificar el medicamento el nombre de la marca puede parecer suficiente para el paciente y el dispensador, pero que el uno y el otro interpreten cosas diferentes. Haría falta que en la dispensación se verificara la referencia que se pide, ya que puede

haber problemas de intolerancia, alergia a principios activos o interacción con otros fármacos.

■ Recomendaciones

Las recomendaciones abarcan diferentes ámbitos. Por una parte, hay que recomendar a los laboratorios farmacéuticos la **elección de marcas de gama y calificativos que sean lo bastante distintivos** para minimizar los posibles errores en la dispensación. Igualmente, sería recomendable que los medicamentos de gama **incorporaran elementos diferenciales en el cartón** para que se pudieran distinguir entre ellos con claridad.

Asimismo, las autoridades sanitarias tendrían que definir unos criterios que remarcaran y dieran **más visibilidad a la información plasmada en los calificativos**.

Por otra parte, se recomienda a los profesionales sanitarios, fundamentalmente a aquellos implicados en los procesos de dispensación de los medicamentos, que extremen las precauciones y que **pidan al paciente información sobre el medicamento solicitado** (el uso que va a hacer, su composición, etc.). También sería una buena práctica **incluir reclamos en el cartón de los medicamentos afectados**, haciendo constar las diferentes presentaciones de una marca de gama.

■ Conclusiones

Es más probable que se produzcan errores en la dispensación de un medicamento si este presenta diferentes marcas de gama y estas son de tipo vacío;

y cuanto más reconocimiento tenga el nombre de la marca comercial.

Generalmente, estos EM no acostumbran a llegar al paciente, sin embargo, en caso de que lleguen a él y le produzcan un daño, se tienen que notificar al [Centro de Farmacovigilancia de Cataluña](#).

Los farmacéuticos, conscientes de las diferentes variedades de productos dentro de la misma marca, llevan a cabo una atención farmacéutica proactiva que asegura la dispensación correcta del medicamento y su adecuación a las necesidades del paciente. De esta manera, su intervención profesional garantiza el uso seguro de los medicamentos.

■ Referencias bibliográficas

¹ Universidad Camilo José Cela. ¿Qué es una marca paraguas? Madrid: Universidad Camilo José Cela; 2022. Disponible en: <https://mastermarketingdigital.org/que-es-una-marca-paraguas/>

² Apolo Propulsora de Marcas. Las Marcas Paraguas: Ventajas, Desventajas y Ejemplos. Algeciras: Apolo Propulsora de Marcas; 2022. Disponible en: <https://www.universoapolo.com/la-marca-paraguas/>

³ Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitarios. Guía para la aceptación de nombres de medicamentos de uso humano. Madrid: Ministerio de Sanidad; 2022. Disponible en: <https://www.aemps.gob.es/industria-farmaceutica/etiquetado-y-prospectos/guia-para-la-aceptacion-de-nombres-de-medicamentos-de-uso-humano/>

⁴ Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitarios. Estructura del nombre de un medicamento. Madrid: Ministerio de Sanidad; 2022. Disponible en: <https://www.aemps.gob.es/industria-farmaceutica/etiquetado-y-prospectos/estructura-del-nombre-de-un-medicamento/>

©2011. Generalitat de Catalunya. Departamento de Salud

Directora: Clara Pareja Rossell

Comité editorial: Guillermo Bagaria, Eva Borràs, Ferran Bossacoma, Jordina Capella, Glòria Cereza, Cecilia Fernández, Anna M. Jambrina, Marta Leston, Neus Rams, Andrea Rocher y Juanjo Zamora.

Conflicto de intereses. Los miembros del Comité editorial declaran que no hay ningún conflicto de intereses relacionado con los contenidos de esta publicación.

Suscripciones. Podéis formalizar vuestra suscripción al Boletín por medio de la dirección de correo electrónico errorsmedicacio@gencat.cat, indicando vuestro nombre, apellidos y la dirección de correo electrónico donde lo queréis recibir.

ISSN: 2013-3065

<http://medicaments.gencat.cat>